

“조회수가 곧 매출”...예능 콘텐츠 선보이는 유통업계

광희 출연 '네고왕' 기업매출 ↑

유통업계 '유통예능' 본격진출

네이버·GS25 적극 시도 나서

방송인 광희가 출연하는 유튜브 예능 프로그램 '네고왕'은 유통·식품업계에 충격을 줬다. 지난해 7월 방송된 이 프로그램은 광희가 치킨 프랜차이즈, 백화점, 화장품 업체 등을 방문해 가격 협상(네고·negotiation)을 하는 모습을 담았다.

회사 대표나 담당자를 만나 광희 특유의 입담으로 무작정 할인 해달라고 떼쓰는 게 콘셉트다. 업체 측이 광희 요구를 받아들이면 실제로 일정 기간 쿠폰 등을 제공하는 방식으로 제품을 싸게 팔았다.

이 프로그램 1회에 출연한 BBQ치킨 율흥근 회장은 광희 제안을 받아들여 지난해 8월부터 한 달 간 대표 메뉴인 황금올리브치킨 한 마리를 7000원 할인한 1만1000원에 팔았다.

이후 첫 주말 매출(65억원)이 전년 동기 대비 88% 늘었다.

5월 초 황금 연휴 때 주말 매출과 비슷한 수준이었다. 네고왕 조회수는 최대 780만회, 평균 380만회를 기록했다.

이 프로그램에 나온 하겐다즈·스킨푸드 등이 모두 대박이 났다.

이를 지켜본 유통업계는 지난해 연말부터 본격적으로 '유통 예능'에 뛰어들고 있다. 올해는 라이브 커머스(live commerce)는 물론이고 예능형 유통 콘텐츠가 쏟아질 것으로 전망된다. 유통업계 관계자는 "예능형 콘텐츠는 어떤 마케팅 방식보다 확실한 관심을 끌 수 있다는 점에서 위력이 있다"고 했다.

우선 네이버가 잠정했다. 네이버는 지난달에 방송인 하기가 출연하는 예능형 라이브 커머스 '베틀맨'(BET2MEN)과 방송인 장성규가 진행하는 '뽀뽀 베스트셀러'를 내놨다.

베틀맨은 하기가 특정 브랜드 업체를 찾아가 해당 업체 직원과 대결을 펼치고 승자를 예측한 시청자에게 쇼핑 혜택을 준다.

관련 영상은 유튜브에도 올라가 있다. '뽀뽀 베스트셀러'는 쇼쇼스트 발굴 콘셉트 라이브 커머시다. 코미디언 김재우·홍윤화 등 연예인이 대거 참여해 중소기업 제품을 판매한다. 지난달 두 차례 실시간 방송됐고, 올리브 채널에서 편집본이 재방송되기도 했다.

송재훈 네이버 쇼핑라이브 리더는 "앞으로도 라이브커머스와 콘텐츠가 결합한 형태의 쇼핑라이브 콘텐츠를 다양하게 선보여 차별화된 쇼핑 경험을 제공하고 이용자 혜택도 강화하겠다"고 했다.

GS25는 유튜브 예능 '우리집 앞에 편의점이 있다'를 7일에, 역시 유튜브 예능인 '못 배운 놈들'을 8일에 차례로 선보인다.

'우리집 앞에 편의점이 있다'는 요리 유튜브 김연강이 GS25에서 각종 음식을 구매해 먹어보고 나름의 방식으로 조합해 조리해보는 과정을 담는다. '못 배운 놈들'엔 코미디언 이용진과 래퍼 뱃사공이 출연해 각각 미션을 수행하며 GS25에서 판매하는 각종 제품을 알린다.

GS25 관계자는 "고객과 소통을 강화하는 일환으로 편의점과 예능을 접목한 콘텐츠를 선보이게 됐다"며 "단순 상품 소개가 아닌 고객 흥미를 유발하고 더해 공감대를 형성할 수 있는 콘텐츠를 계속 선보일 방침"이라고 했다.

예능 뿐만 아니라 드라마도 있다. 현대백화점그룹 패션 회사 한섬은 지난달 배우 이수혁이 주연을 맡은 웹드라마 '핸드메이드 러브'(HAND MADE LOVE)를 유튜브에 선보였다. 8회로 종영한 이 작품은 주인공이 마춤 양복점을 운영한다는 콘셉트로 한섬



의 옷을 자연스럽게 홍보했다. 유통업계 관계자는 "영상 콘텐츠를 통한 유통의 구매 전환율은 아직 명확하게 파악되지 않는다"면서도 "MZ세대가 영상에 매우 익숙한 세대이기 때문에 앞으로 더 큰 가능성이 있다고 본다"고 했다.

김민정기자

반려용품 쇼핑 부담 끝...쿠팡 '알뜰한 명당상회'

10일까지 약 7300개 할인...와우 회원은 최대 65% ↓ 혜택

쿠팡이 10일까지 '알뜰한 명당상회'를 운영한다.

반려견, 반려묘 등 반려동물을 키우는 데 필요한 각종 용품 약 7300개를 특가에 선보인다.

쿠팡 멤버십 '와우' 회원들은 '특별관'에서 최대 65% 할인가로 다양한 상품을 구매할 수 있다. 대표 상품은 '도비 밸런스 강아지 사료' '내츠폴발란스 닭고기&연어 맛 캣 사료' '캣퓨어 미니 스틱 콤포 간식' '잇츠폴 덴탈케어 풀&프로 폴리스' '초코렛하우스 논슬립 사각 배변판 매트' 등이다.

모든 고객이 이용할 수 있는 '카테고리관'에서 다채로운 특가 상품을 판매한다. 크게 개와 고양이로 나누고, 각각 사료, 간식, 배변 용품, 외출 용품, 장난감 등으로 세분화한다. 90여 인

기 브랜드가 최대 30% 할인가에 상품을 내놓는다.

'목욕/미용/건강' '하우스/이동장/방석' 등 카테고리별 개와 고양이 용품을 한데 묶어 기능별 맞춤 상품을 한눈에 볼 수 있게 했다.

타이틀은 명당상회지만, 햄스터, 토끼 등 소동물, 어류, 파충류, 조류 등을 반려동물로 키우는 고객을 위한 쇼핑 리스트도 망라한다.

유희영 쿠팡 리테일 부사장은 "길어진 집콕 기간 반려동물과 보내는 시간이 길어지면서 애완동물 용품 관심도 커지고 있다"며 "쿠팡은 앞으로도 펫 시장 트렌드에 맞춰 양질의 상품을 합리적 가격에 제공하도록 최선을 다하겠다"고 약속했다.

서선욱기자

전남 농어민 4·10월 60만원 공익수당 받는다

지급대상, 농어업·임업 경영정보 등록된 경영체의 경영주

전남도는 올해 농어민 공익수당 지원조건을 세대원 직업에 상관없이 실제 농어업에 종사하는 농어민이 지급받을 수 있도록 제도를 개선했다고 6일 밝혔다.

전남도는 지난해 전국 광역자치단체 최초로 농어민 공익수당 지원 제도를 도입했으며, 지난해와 동일하게 60만원 상당의 지역화폐를 오는 4월과 10월 두 번에 걸쳐 지급한다.

지급대상은 농어업·임업 경영정보를 등록한 경영체의 경영주로, 2019년 12월31일 이전부터 계속해 전남도에 거주하면서 농어업 또는 임업에 종사한 농어민·임업인이다.

다만 농어업 외 소득이 3700만원을 넘거나

직불금 등 보조금 부정수급자, 공무원·공공기관 임직원, 농어민 공익수당 지급대상 경영주와 실제 거주를 같이 하면서 세대를 분리한 경우 등은 지급대상에서 제외한다.

지급을 희망하는 농어민은 11월부터 2월10일까지 마을 이·통장을 통해 시·군 읍·면·동 주민센터로 신청하면 된다.

전남도는 농어민 공익수당을 해당 시·군에서만 사용할 수 있는 지역화폐로 지급해 침체된 지역경제에 활력을 불어넣을 전망이다.

지난해에는 전남도 내 농어업경영체 경영주 19만1541명에게 1149억원을 지급했다.

김정환기자

배달에 특화된 지도 나온다...불필요한 위치 정보 없애

이르면 올해 초 '라스트마일 지도' 출시 예정

배달 업무에 꼭 필요한 정보만 보여주는 지도가 나온다.

스파이더는 아이나비시스템즈, 포티투닷과 손잡고 업계 최초로 배달대행 라이더 맞춤형 '라스트마일 지도'를 선보인다고 6일 밝혔다.

세 회사는 일반 지도에서 배달과 관련 없는 정보를 제거하고, 사용자가 원하는 정보만 강조해 나타내는 방식으로 가독성 높은 라스트마일 지도를 출시할 예정이다.

기존 지도에는 공원과 경찰서, 소방서, 지하철역 등 다양한 위치 정보가 혼재돼 있다. 주로 식당과 카페, 식음료(F&B) 가게 위치를 확인하기 위해 지도를 이용하는 라이더 입장에서는 불필요한 정보가 많다.

라스트마일 지도는 수많은 위치 정보 가운데 사용자가 원하는 관심 지점(POI) 정보만 정제해 보여준다.

지도상 각종 아이콘 등을 자유롭게 조정하는 것도 가능하다. 아이나비시스템즈의 지도

를 기반으로 포티투닷 기술을 적용한 '유모스 맵 스튜디오'가 활용됐다.

스파이더는 라스트마일 지도가 출시되면, 라이더 업무 효율과 편의성이 향상될 것으로 기대한다. 스파이더 소속 라이더 최소 2만명 이상이 혜택을 볼 전망이다.

라스트마일 지도는 이르면 올해 초 NHN 클라우드의 지도 플랫폼 'Maps'를 통해 출시될 예정이다.

문지영 스파이더 대표는 "라스트마일 지도 핵심은 위치 정보를 일괄적으로 제공하는 것이 아닌 사용자 특성에 맞게 맞춤형 정보를 전달하는 것"이라며 "신규 라이더도 새 지도를 활용하면 노련한 라이더 못지않게 원하는 목적지까지 빠르고 안전하게 찾아갈 수 있다"고 말했다.

한중국 아이나비시스템즈 그룹장은 "아이나비 지도를 활용하는 고객사별 서비스 특성을 강화할 수 있도록, 지도 위치 정보를 비롯해서



상과 아이콘 등 배경 수정이 가능한 디스플레이 엔진을 개발했다"며 "라스트마일 지도는 이 기술이 접목된 최첨단 서비스"라고 설명했다. 이어 "배달시장 성과를 바탕으로 향후 차량 호출과 공유, 스마트몰류 등 다양한 모빌리티 서비스 영역으로 적용 범위를 확대해 나갈 예정"이라고 덧붙였다.

김미희기자

월세 시대, 도래하나...전세 거래 줄고, 준전세 늘었다

'월세화' 과도기적 현상...'준전세 유행할 듯'

서울 아파트 임대차 시장에서 전세 거래가 줄고, 준전세가 늘어나는 등 월세 전환이 지속되고 있는 것으로 나타났다.

6일 서울부동산정보광장에 따르면 지난해 11월 서울 아파트 전월세 거래량은 이달 현재 계약일 기준 1만1190건으로 집계돼, 전월(1만3003건) 대비 13.9% 감소했다.

임대차 유형별로 보면 같은 기간 전세는 9217건에서 6784건으로 26.4% 감소했으나 월세가 3775건에서 4406건으로 16.7% 증가했다.

서울 아파트 임대차 거래에서 월세가 차지하는 비중은 지난 10월 29.0%에서 11월 39.4%로 10.4%포인트 늘었다.

가을 이사철 기간 동안 전세매물 부족과

전셋값 급등의 영향으로, 전세에서 월세로 유형을 전환하는 전월세 계약이 늘어난 데 따른 것으로 보인다.

월세 중에서도 준전세가 늘고 있는 것으로 확인됐다.

지난 11월 서울 아파트 준전세 계약은 2539건으로, 전월(1698건) 대비 49.5% 증가하며 올 들어 가장 많았다.

준전세 거래 증가는 사실상 '전세의 월세화'의 과도기적인 현상으로 풀이된다.

준전세는 보증금이 '월세의 240개월 치를 초과'하는 거래를 말한다.

집주인들이 목돈을 들이지 않고도 보증금은 보증금대로 올리면서 월세도 받을 수 있기에 선호하는 경향이 있다.

최근 집주인 우위의 임대차 시장 상황에서 저금리 여파, 보유세 인상분을 반영해 월세를 높이는 '조세 전가' 현상도 나타나고 있다.

실제로 서울 아파트 준전세 가격 상승률은 지난해 12월 기준 0.60%로 월세(0.10%), 전월세(0.19%)보다 상대적으로 더 높다.

세입자도 보증금을 급격하게 올리는 대신 월세를 부담함으로써 리스크 회피 목적에 준전세 계약에 나서고 있다.

한국부동산원 월간 주택가격 통계에 따르면, 서울 아파트 전셋값 상승률은 임대차 2법(계약갱신청구권제·전월세상한제) 시행 전인 7월(0.45%)에서 8월 0.65%, 9월 0.60%, 10월 0.48% 순으로 소폭 둔화되는 듯하다 11월 0.78%, 12월 0.96%로 상승 폭이 확대되고 있다.

BBQ, 황금올리브 넓적다리 10종 출시

제너시스 BBQ는 2021년 첫 신제품으로 '황금올리브 넓적다리'와 '햇황금올리브 크리스피 넓적다리 10종'을 출시했다고 6일 밝혔다.

BBQ의 시그니처 메뉴인 '황금올리브치킨'과 작년 한해 선풍적인 인기를 모았던 '햇황금올리브 크리스피'의 맛과 쫄깃한 식감으로 육즙이 풍부한 넓적다리 부위만을 구성한 제품이다.

황금올리브 넓적다리와 햇황금올리브 크리스피 넓적다리 10종은 1인 가구부터 가족까지 다양한 고객층을 사로잡기 위해 4조각, 6조각,



8조각 등으로 판매된다.

이마트24 "식당 못가자 프리미엄 도시락 찾았다"

코로나 사태가 프리미엄 도시락 수요를 끌어올린 것으로 나타났다.

사회적 거리 두기가 강조되면서 식당을 찾는 대신 사무실이나 집에서 편의점 도시락을 먹는 사람이 늘었고, 코로나 사태 이전보다 5000원 이상 제품을 더 많이 찾았다.

이마트24가 지난해 프레시푸드 중 프리미엄 상품군 매출을 분석한 결과 1년 전보다 도시락은 52%, 샌드위치는 167%, 햄버거는 151% 매출이 증가했다.

통상 프리미엄 도시락은 5000원 이상 제품, 프리미엄 샌드위치나 햄버거는 2000원 후반이나 3000원대 제품을 뜻한다.

이마트24는 이런 추세에 발맞춰 각종 프리미엄 식사 제품을 내놨다.

인삼 한 뿌리를 통째로 넣은 '인삼 한 뿌리 프리미엄 도시락' '수란 품은 소불고기 규동' '블랙페퍼 와규버거' 등이다.

이마트24 관계자는 "프레시푸드는 고객이 편의점을 선택하는 중요한 기준인 만큼 상품



의 격을 높이기 위해 역량을 집중하겠다"고 했다.

신봉우기자